บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ มีจำนวน 385 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.9 และเพศชาย ร้อยละ 42.1 อายุ 20- 30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 30.1 สถานภาพโสด ร้อยละ 55.1 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ28.1 มีการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 34.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 22.9

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถกระบะ ร้อยละ 59.2 ซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 ร้อยละ 44.9 ค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ต่อปี 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 33.2 ผ่านตัวแทนประกันบริษัทฯ ร้อยละ 39.5 รับทราบข้อมูลจากนายหน้าประกันภัย ร้อยละ 46.5 และเคยเรียกร้องสินไหม ร้อยละ 57.7 โดยไม่เคยเป็นฝ่ายผิด ร้อยละ 48.3

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.97) โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม (4.17) ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายโดยรวม (4.06) ปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านกระบวนการ โดยรวม (4.01) ปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม (3.97) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม (3.95) ปัจจัยช่องทางการจำหน่ายโดยรวม (3.80) และปัจจัยด้านราคาโดยรวม (3.78)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ			
	ชาย	ค่าเฉลี่ย	หญิง	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	บริการเตือนต่ออายุ	4.22 มาก	มาตราฐานความคุ้มครอง	4.22 มาก
ด้านราคา	เบี้ยประกันภัยเหมาะสม	3.97 มาก	เบี้ยประกันภัยเหมาะสม	3.92 มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	สอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก	3.93 มาก	สอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก	3.96 มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.14 มาก	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.14 มาก
ด้านกระบวนการ	ระยะเวลาส่งมอบกรมธรรม์รวดเร็ว	4.16 มาก	ออกบริการขณะลูกค้าประสบเหตุเร็ว	4.08 มาก
ด้านบุคคลากร	กรณีประสบปัญหา พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ได้รวดเร็ว	4.25 มาก	กรณีประสบปัญหา พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ได้รวดเร็ว	4.18 มาก
ด้านกายภาพ	สำนักงานตกแต่งได้สวยงาม	4.10 มาก	สำนักงานตกแต่งได้สวยงาม	3.95 มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางดังกล่าวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย คือ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือการบริการเตือนต่ออายุ มีค่าเฉลี่ย 4.22 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือเบี้ยประกันภัยเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.97 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.14 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือระยะเวลาส่งมอบกรมธรรม์รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ กรณีประสบ

ปัญหา พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.25 และปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งได้สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย คือ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือมาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.22 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือเบี้ยประกันภัยเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.92 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.14 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือออกบริการขณะลูกค้าประสบเหตุเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ กรณีประสบปัญหา พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.18 และปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือสำนักงานตกแต่งได้สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.95

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ									
	ต่ำกว่า 20 ปี	ค่าเฉลี่ย	20-30 ปี	ค่าเฉลี่ย	31-40 ปี	ค่าเฉลี่ย	41-50 ปี	ค่าเฉลี่ย	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ	4.62 (มากที่สุด)	มาตรฐานความคุ้มครอง	4.27 (มาก)	ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ	4.14 (มาก)	มาตรฐานความคุ้มครอง	4.13 (มาก)	มาตรฐานความคุ้มครอง	4.32 (มาก)
ด้านราคา	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.68 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.95 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.92 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.86 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.74 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	สำนักงานครอบคลุมทุกจังหวัด	4.00 (มาก)	สำนักงานครอบคลุมทุกจังหวัด	4.22 (มาก)	ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.02 (มาก)	ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.10 (มาก)	ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.96 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการขาย	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีและส่วนลดเบี้ยประกัน	4.18 (มาก)	ส่วนลดค่าเบี้ยประกัน	4.28 (มาก)	ส่วนลดค่าเบี้ยประกัน	4.24 (มาก)	ส่วนลดเบี้ยประกันในกรณีไม่ประสบเหตุใดๆ	3.95 (มาก)	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.26 (มาก)
ด้านกระบวนการ	ส่งมอบกรมธรรม์ได้รวดเร็ว	4.32 (มาก)	ออกบริการลูกค้ารวดเร็ว	4.12 (มาก)	ออกบริการลูกค้ารวดเร็ว	4.36 (มาก)	จ่ายสินไหมรวดเร็ว	4.10 (มาก)	ส่งมอบกรมธรรม์ได้รวดเร็ว	4.07 (มาก)
ด้านบุคลากร	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	3.91 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.14 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.52 (มากที่สุด)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.05 (มาก)	พนักงานและตัวแทนดูแลเป็นอย่างดี	4.27 (มาก)
ด้านกายภาพ	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.06 (มาก)	สำนักงานหรือสาขามีที่อยู่ชัดเจน	4.17 (มาก)	สำนักงานมีชื่อเสียงดี มีที่อยู่ชัดเจนและตกแต่งสวยงาม	3.98 (มาก)	บริษัทฯมีชื่อเสียงดี	4.17 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.01 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางดังกล่าวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย แต่ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.62 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.68 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สำนักงานครอบคลุมทุกจังหวัด มีค่าเฉลี่ย 4.00 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีและส่วนลดค่าเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ส่งมอบกรมธรรม์ได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.32 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 3.91 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.27 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.95 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สำนักงานครอบคลุมทุกจังหวัด มีค่าเฉลี่ย 4.22 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดค่าเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.28 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกบริการลูกค้าได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.14 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.52 และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.92 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดค่าเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.24 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกบริการลูกค้าได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.36 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีชื่อเสียงดี มีที่อยู่ชัดเจนและตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.86 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดค่าเบี้ยประกันในกรณีไม่ประสบเหตุใดๆ มีค่าเฉลี่ย 3.95 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ จ่ายสินไหมรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.05 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ บริษัทฯมีชื่อเสียงดี มีค่าเฉลี่ย 4.17

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.32 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.74 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.26 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ส่งมอบกรมธรรม์ได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.07 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานและตัวแทนดูแลเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.27 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.01

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยส่วนประสม	สถานภาพ							
การตลาด	โสด	ค่าเฉลี่ย	สมรส	ค่าเฉลี่ย	หย่าร้าง	ค่าเฉลี่ย	หม้าย(คู่สมรสเสียชีวิต)	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	มาตรฐานความคุ้มครองจากกรมธรรม์	4.17 (มาก)	ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของบริษัท	4.40 (มาก)	ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือของบริษัท	4.48 (มาก)	ความคุ้มครองหลากหลาย	4.67 (มากที่สุด)
ด้านราคา	เบี้ยประกันภัยเหมาะสม	3.88 (มาก)	เบี้ยประกันภัยเหมาะสม	3.99 (มาก)	เบี้ยประกันภัยเหมาะสม	4.10 (มาก)	เบี้ยประกันภัยเหมาะสม	4.33 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.04 (มาก)	สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและสำนักงานมาก	3.94 (มาก)	สำนักงานมากครอบคลุมทุกจังหวัด	4.13 (มาก)	ตัวแทนมาแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัย	4.67 (มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริมการขาย	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.13 (มาก)	ส่วนลดค่าเบี้ยประกัน	4.18 (มาก)	ส่วนลดค่าเบี้ยประกัน	4.19 (มาก)	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.67 (มากที่สุด)
ด้านกระบวนการ	ออกบริการลูกค้ารวดเร็ว	4.08 (มาก)	ส่งมอบกรมธรรม์ได้รวดเร็ว	4.26 (มาก)	ตรวจสอบเบี้ยประกันรวดเร็ว	4.26 (มาก)	จ่ายสินไหมรวดเร็ว	4.67 (มากที่สุด)
ด้านบุคลากร	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.20 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.18 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.45 (มาก)	พนักงานให้คำแนะนำและดูแลเป็นอย่างดี	4.33 (มาก)
ด้านกายภาพ	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.00 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.02 (มาก)	สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน	4.39 (มาก)	สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจนและมีชื่อเสียงดี	4.33 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางดังกล่าวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.17 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.88 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.04 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกบริการลูกค้าได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.20 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.40 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.99 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวกและสำนักงานมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ส่งมอบกรมธรรม์ได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.26 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.18 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.48 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สำนักงานมากครอบคลุม มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.19 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ตรวจสอบเบี้ยได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.26 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.45 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความคุ้มครองหลากหลาย ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ตัวแทนแนะนำข้อมูล ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ จ่ายสินไหมได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.67 และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานให้คำแนะนำและดูแลเป็นอย่างดี และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจนและชื่อเสียงดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อาชีพ											
	เจ้าของกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ข้าราชการ	ค่าเฉลี่ย	พนักงานบริษัท	ค่าเฉลี่ย	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย	เกษตรกร	ค่าเฉลี่ย	อาชีพอิสระ	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	มาตราฐานความคุ้มครอง และความหลากหลาย	4.20 (มาก)	ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ	4.33 (มาก)	มาตราฐานความคุ้มครอง	4.35 (มาก)	ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ	4.16 (มาก)	มาตราฐานความคุ้มครองและเดือนต่ออายุ	4.20 (มาก)	ความมีชื่อเสียงและความหลากหลาย	4.00 (มาก)
ด้านราคา	เบี้ยประกันเหมาะสม	4.26 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.97 (มาก)	ผ่อนชำระค่าเบี้ยได้	3.89 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.78 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	4.40 (มาก)	ผ่อนชำระค่าเบี้ยได้	4.00 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	ตัวแทนแนะนำข้อมูลให้แก่ท่าน	3.93 (มาก)	สำนักงานเปิดบริการทุกวัน	3.99 (มาก)	ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.16 (มาก)	สำนักงานเปิดบริการทุกวัน	4.05 (มาก)	ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวกใกล้แหล่งชุมชน	4.20 (มาก)	ติดต่อได้สะดวกใกล้แหล่งชุมชน	4.50 (มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริมการขาย	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.35 (มาก)	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.11 (มาก)	ส่วนลดเบี้ยประกันในกรณีไม่ประสบเหตุใดๆ	4.23 (มาก)	ส่วนลดเบี้ยประกัน	4.18 (มาก)	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.60 (มากที่สุด)	ส่วนลดเบี้ยประกัน	3.50 (มาก)
ด้านกระบวนการ	ตรวจสอบเบี้ยประกันรวดเร็ว	4.15 (มาก)	ส่งมอบกรมธรรม์ได้รวดเร็ว	4.18 (มาก)	ออกบริการลูกค้ารวดเร็ว	4.10 (มาก)	ออกบริการลูกค้ารวดเร็ว	4.11 (มาก)	ออกบริการลูกค้ารวดเร็ว	4.40 (มาก)	ส่งมอบกรมธรรม์ได้รวดเร็ว	3.75 (มาก)
ด้านบุคลากร	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.03 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.25 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.44 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.14 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.20 (มาก)	ความน่าเชื่อถือของตัวแทน	3.50 (มาก)
ด้านกายภาพ	สำนักงานมีชื่อเสียงดี	3.92 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.09 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.16 (มาก)	สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน	4.00 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.00 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	3.75 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางดังกล่าว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครองและความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.20 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.26 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ตัวแทนแนะนำข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.93 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.35 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ตรวจสอบเบี้ยประกันรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.15 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.03 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีชื่อเสียงดี มีค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.33 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.97 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สำนักงานเปิดให้บริการทุกวัน มีค่าเฉลี่ย 3.99 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.11 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ส่งมอบกรมธรรม์รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.25 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.35 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ผ่อนชำระเบี้ยได้ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดค่าเบี้ยในกรณีไม่ประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกบริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.44 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการ ตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.78 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สำนักงานเปิดให้บริการทุกวัน มีค่าเฉลี่ย 4.05 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกบริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.11 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.14 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.60 และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครองและเตือนต่ออายุ มี่ค่าเฉลี่ย 4.20 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.40 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.20 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกบริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.40 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.20 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสะดวกใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.50 และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมีชื่อเสียงและความหลากหลาย มี่ค่าเฉลี่ย 4.00 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ผ่อนชำระค่าเบี้ยได้ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.50 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ส่งมอบกรมธรรม์รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.75 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทน มีค่าเฉลี่ย 3.50 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.75

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ระดับการศึกษา											
	ประถมศึกษา	ค่าเฉลี่ย	มัธยมตอนต้น	ค่าเฉลี่ย	มัธยมตอนปลาย	ค่าเฉลี่ย	อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	ค่าเฉลี่ย	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย	สูงกว่าปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	มาตราฐานความคุ้มครอง และความหลากหลาย	4.50 (มากที่สุด)	มาตราฐานความคุ้มครอง	4.36 (มาก)	ความคุ้มครองหลากหลาย	4.27 (มาก)	มาตราฐานความคุ้มครองและเตือนต่ออายุ	4.28 (มาก)	ความมีชื่อเสียง	4.28 (มาก)	ความคุ้มครองหลากหลาย	3.70 (มาก)
ด้านราคา	เบี้ยประกันเหมาะสม	4.50 (มากที่สุด)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.89 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.94 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	4.07 (มาก)	ผ่อนชำระค่าเบี้ยได้	3.98 (มาก)	เบี้ยประกันถูก	3.40 (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย	สำนักงานครอบคลุมและตัวแทนแนะนำข้อมูลให้	4.50 (มากที่สุด)	ตัวแทนแนะนำข้อมูลให้	3.75 (มาก)	ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.12 (มาก)	สำนักงานเปิดบริการทุกวัน	3.94 (มาก)	ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวกและเปิดทุกวัน	4.04 (มาก)	ติดต่อได้สะดวกและใกล้แหล่งชุมชน	3.50 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการขาย	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	5.00 (มากที่สุด)	ส่วนลดเบี้ยประกันในกรณีไม่ประสบเหตุใดๆ	4.00 (มาก)	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.10 (มาก)	ส่วนลดเบี้ยประกัน	4.29 (มาก)	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	4.22 (มาก)	ส่วนลดเบี้ยประกันในกรณีไม่ประสบเหตุใดๆ	3.70 (มาก)
ด้านกระบวนการ	ตรวจสอบเบี้ยและกรมธรรม์รวดเร็ว	4.50 (มากที่สุด)	ออกบริการถูกต้องรวดเร็ว	3.89 (มาก)	ส่งมอบกรมธรรม์ได้รวดเร็ว	4.06 (มาก)	ออกบริการถูกต้องรวดเร็ว	4.26 (มาก)	ออกบริการถูกต้องรวดเร็ว	4.16 (มาก)	จ่ายสินไหมรวดเร็ว	4.10 (มาก)
ด้านบุคลากร	พนักงานให้คำแนะนำเรื่องการประกัน	4.50 (มากที่สุด)	พนักงานดูแลเป็นอย่างดี	3.96 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.10 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.42 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ	4.30 (มาก)	พนักงานให้คำแนะนำเรื่องการประกัน	3.80 (มาก)
ด้านกายภาพ	สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน	4.00 (มาก)	สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน	4.32 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.25 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.06 (มาก)	สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน	3.88 (มาก)	สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน	4.00 (มาก)

จากตารางดังกล่าว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครองและความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.50 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือเบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.50 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สำนักงานครอบคลุมและตัวแทนแนะนำข้อมูล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.50 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5.00 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ตรวจสอบเบี้ยและกรมธรรม์รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.50 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานให้คำแนะนำเรื่องการประกัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.50 และให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.36 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ตัวแทนแนะนำข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.75 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดเบี้ยกรณีไม่ประสบเหตุใดๆ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกให้บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานดูแลอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.96 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความคุ้มครองหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.27 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.94 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ส่งมอบกรมธรรม์รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.06 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.10 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครองและเตือนต่ออายุ มีค่าเฉลี่ย 4.28 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.07 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สำนักงานเปิดบริการทุกวัน มีค่าเฉลี่ย 3.94 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.29 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกบริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.26 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วขณะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.42 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย 4.28 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ผ่อนชำระเบี้ยประกันได้ มีค่าเฉลี่ย 3.98 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.04 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.22 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกบริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.30 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความคุ้มครองหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.70 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อได้สะดวกใกล้แหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.50 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดเบี้ยกรณีไม่ประสบเหตุใดๆ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ จ่ายสินไหมรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแนะนำเรื่องการประกัน มีค่าเฉลี่ย 3.80 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีที่อยู่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.00 และให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันถูก มีค่าเฉลี่ย 3.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในการตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ย

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ระดับรายได้เฉลี่ย											
	10,000-15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	15,001-20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	20,001-25,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	25,001-30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	มากกว่า 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์	บริการต่อเนื่องตลอดอายุ	4.26 (มาก)	มาตรฐานความคุ้มครอง	4.29 (มาก)	มาตรฐานความคุ้มครอง	4.14 (มาก)	ความมั่นคงสูง	4.48 (มาก)	มาตรฐานความคุ้มครอง	4.20 (มาก)
ด้านราคา	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.90 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	4.01 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.90 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	4.13 (มาก)	เบี้ยประกันเหมาะสม	3.69 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	สำนักงานเปิดให้บริการทุกวัน	4.15 (มาก)	คิดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก	3.90 (มาก)	คิดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.06 (มาก)	สำนักงานครอบคลุมทุกจังหวัด	4.08 (มาก)	คิดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก	4.22 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการขาย	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ดี	4.12 (มาก)	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ดี	4.24 (มาก)	ส่วนลดเบี้ยประกัน	4.02 (มาก)	ส่วนลดเบี้ยประกัน	4.38 (มาก)	ให้วันหวานอดกรณีไม่เกิดอุบัติเหตุ	4.22 (มาก)
ด้านกระบวนการ	ออกบริการจุดถ้วยครั้ง	4.34 (มาก)	ความรวดเร็วในการตรวจสอบเบื้องประกัน	4.08 (มาก)	ส่งมอบกรรมสิทธิ์ให้รวดเร็ว	4.12 (มาก)	ตรวจสอบเบื้องรวดเร็ว	4.14 (มาก)	ส่งมอบกรมธรรม์ให้รวดเร็ว	4.20 (มาก)
ด้านบุคลากร	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสานหยุ	4.44 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสานหยุ	4.21 (มาก)	พนักงานดูแลอย่างดี	3.90 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสานหยุ	4.34 (มาก)	พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสานหยุ	4.14 (มาก)
ด้านกายภาพ	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.09 (มาก)	สำนักงานมีชื่อเสียงดี	4.14 (มาก)	สำนักงานมีชื่อเสียงดี	3.95 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.37 (มาก)	สำนักงานตกแต่งสวยงาม	4.10 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางดังกล่าว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ บริการเตือนต่ออายุ มีค่าเฉลี่ย 4.26 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.90 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สำนักงานเปิดบริการทุกวัน มีค่าเฉลี่ย 4.15 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ออกให้บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.34 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.44 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.29 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.01 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.24 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ตรวจสอบเบี้ยรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.21 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีชื่อเสียงดี มีค่าเฉลี่ย 4.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.14 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.90 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.02 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ส่งมอบกรมธรรม์รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานดูแลอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.90 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานมีชื่อเสียงดี มีค่าเฉลี่ย 3.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย 4.48 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สำนักงานครอบคลุม มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ส่วนลดเบี้ยประกัน มีค่าเฉลี่ย 4.38 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ตรวจสอบเบี้ยประกันรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.14 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.34 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมากในทุกปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มาตรฐานความคุ้มครอง มีค่าเฉลี่ย 4.20 ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ เบี้ยประกันเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.69 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย คือ ได้รับส่วนลดเบี้ยประกันในกรณีไม่เกิดเหตุใดๆ มีค่าเฉลี่ย 4.22 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ส่งมอบกรมธรรม์รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.20 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร คือ พนักงานแก้ไขปัญหารวดเร็วขณะประสบเหตุ มีค่าเฉลี่ย 4.14 และ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ คือ สำนักงานตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผลการศึกษา

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ มาตรฐานความคุ้มครองที่ได้รับจากกรมธรรม์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร (2542:สารนิพนธ์) คือเรื่องความเหมาะสมระหว่างความคุ้มครองกับเบี้ยประกัน ซึ่งเป็นข้อหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพล ในระดับสูงต่อการตัดสินใจทำประกันภัย

2. ด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญต่อด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ เบี้ยประกัน ภัยเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชนีกร ไชยทองทิพย์(2547) และงานวิจัยของลือชัย ศรีงิ้วราย (2549) คือ เรื่องเบี้ยประกัน ซึ่งเป็นข้อหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัย

3. ด้านการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือการติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร (2542 : สารนิพนธ์) สุรพันธ์ อรชุน (2546) รัชนีกร ไชยทองทิพย์(2547) ประเสริฐ สิทธิ์ อมรไตรภพ (2547) และ ลือชัย ศรีงิ้วราย (2549) เนื่องจากมีแต่ติดต่อผ่านช่องทางตัวแทน

4. ด้านการส่งเสริมการขาย

ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญต่อด้านการส่งเสริมการขายโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร (2542 : สารนิพนธ์) ซึ่งสัมภาษณ์ ผู้จัดการหรือผู้บริหารงานด้านประกันภัยรถยนต์ของบริษัทประกันวินาศภัยกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ของบริษัทประกันวินาศภัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. ด้านกระบวนการ

ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญต่อด้านกระบวนการโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ การออกให้ บริการขณะผู้บริโภคประสบเหตุรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร (2542 : สารนิพนธ์) คือการไม่ต้องกังวลเมื่อเกิดอุบัติเหตุ การให้บริการที่ดีของบริษัทประกันวินาศภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุ งานวิจัยของรัชนีกร ไชยทองทิพย์ (2547) คือ เจ้าหน้าที่ไปถึงที่เกิดอุบัติเหตุเร็ว งานวิจัยของลือชัย ศรีงิ้วราย (2549) คือผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำประกันภัยกับบริษัทที่มีความมั่นคงน่าเชื่อถือ และต้องการบริการที่สะดวก รวดเร็ว

6. ด้านบุคลากร

ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญต่อด้านกระบวนการโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ ในกรณีที่ท่านประสบปัญหา พนักงานของบริษัทฯสามารถแก้ไขปัญหาให้ท่านได้รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลือชัย ศรีงิ้วราย (2549) คือผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำประกันภัยกับบริษัทที่มีความมั่นคงน่าเชื่อถือ และต้องการบริการที่สะดวก รวดเร็ว

7. ด้านกายภาพ

ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญต่อด้านกายภาพโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ สำนักงานตกแต่งได้สวยงาม มีความโดดเด่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของประวิทย์ รังสรรค์วิจิตร (2542 : สารนิพนธ์) สุรพันธ์ อรชุน (2546) รัชนีกร ไชยทองทิพย์(2547) ประเสริฐสิทธิ์ อมรไตรภพ (2547) และ ลือชัย ศรีงิ้วราย (2549) เนื่องจากงานวิจัยบุคคลอื่นไม่ได้พูดถึงลักษณะกายภาพในด้านการตกแต่งสำนักงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการแตกต่างกัน เพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องการออกบริการขณะที่ลูกค้าประสบเหตุได้รวดเร็วเป็นลำดับแรก ในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญในเรื่องระยะเวลาส่งมอบกรมธรรม์ที่รวดเร็ว

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องสำนักงานครอบคลุมทุกจังหวัดมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในเรื่องการติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้สะดวก

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท และอาชีพอิสระให้ความสำคัญมากที่สุดในปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องการผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันได้ ในขณะที่เจ้าของกิจการ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร จะให้ความสำคัญในเรื่องเบี้ยประกันที่เหมาะสม

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่สถานภาพโสด ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายในเรื่องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นลำดับแรก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่สถานภาพสมรส ให้ความสำคัญในเรื่องส่วนลดเบี้ยประกันภัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1. ปัจจัยย่อยทางด้านกระบวนการ มีจัดทำโฆษณาเพื่อสื่อสารให้ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงรับรู้ในเรื่องความคุ้มครองและการได้รับบริการที่รวดเร็วในขณะที่ประสบเหตุ เช่นบริษัทมีการนำเทคโนโลยี GPS มาใช้ในการหาจุดเกิดเหตุ และการทำ e-claim เพื่อลดเวลาในการบริการและสามารถส่งข้อมูลกลับมายังศูนย์กลางได้เร็ว โดยลูกค้าสามารถนำรถเข้าอู่ซ่อมได้ทันที ส่วนเพศชายสามารถดูแลตัวเองเมื่อประสบเหตุในเบื้องต้นเองได้ จึงต้องการรับทราบว่ามีความคุ้มครองตามกรมธรรม์แล้วเท่านั้น จึงใส่ใจความรวดเร็วในการได้รับกรมธรรม์มากกว่าความรวดเร็วในขณะประสบเหตุ

2. ปัจจัยย่อยทางด้านการจัดจำหน่าย มีการขยายสาขาหรือจุดบริการในตัวเมืองหรือแหล่งชุมชน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี เป็นช่วงวัยรุ่นต้องการความรวดเร็วและความสะดวกในการติดต่อประสานงานได้ทันที ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไปเป็นวัยทำงานและผู้สูงอายุต้องการการติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์มากกว่า และไม่สะดวกที่จะเดินทางไปติดต่อสำนักงานหรือสาขาต่างๆ จึงต้องมีเบอร์โทรศัพท์ที่สะดวกในการติดต่อสอบถาม และมีพนักงานรับโทรศัพท์ตลอด 24 ชม.

3. ปัจจัยย่อยทางด้านราคา มีการออกแคมเปญการผ่อนชำระเนื่องจากพนักงานบริษัทมีรายได้ที่แน่นอนจึงต้องการวางแผนค่าใช้จ่าย ส่วนอาชีพอิสระมีรายได้ไม่แน่นอน จึงต้องการแบ่งเบาภาระโดยการใช้ระบบผ่อนเช่นกัน ในส่วนเจ้าของกิจการ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร จะมีการออกแคมเปญความคุ้มครองที่หลากหลายให้เหมาะสมกับเบี้ยประกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัท เนื่องจากผู้ที่เป็นโสดส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ยังไม่มีภาระเรื่องค่าใช้จ่ายมาก และไม่ค่อยมีเวลาศึกษาเงื่อนไขของแต่ละบริษัท แต่อาจจะอาศัยการรับรู้จากช่องทางสื่อต่างๆเช่น หนังสือพิมพ์ รายการวิทยุ หรือสื่อโทรทัศน์ แต่สำหรับผู้ที่สมรสแล้ว อาจจะมีการแบ่งค่าใช้จ่ายเนื่องจากการมีครอบครัว มีภาระเพิ่มขึ้นจึงต้องการเสียค่าใช้จ่ายให้น้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved